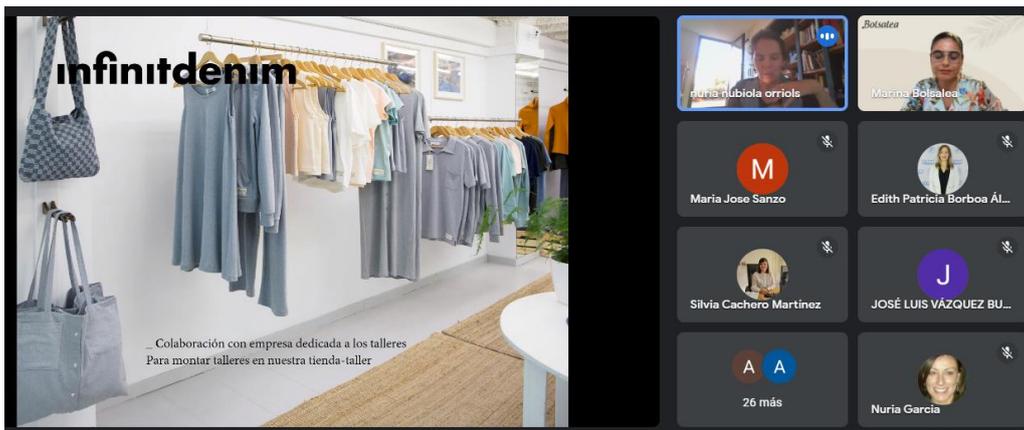




## RETAIL ABIERTO 2022-23

### ODS 12 en acción: Sostenibilidad y Economía Circular para un futuro responsable.

Salirse del círculo para avanzar hacia la sostenibilidad



*Núria Nubiola Oriols*

*CEO Infinit Denim y presidenta de la Asociación Back-to-Eco*

Núria es licenciada en Ciencias ambientales. Dedicó sus primeros años laborales a la educación ambiental, mostrando una gran sensibilidad y concienciación hacia los ámbitos de la educación y la cooperación al desarrollo. Poco tiempo después se ha implicado en la creación de las dos organizaciones que actualmente lidera, **Back-to-Eco** e **Infinit Denim**.

La primera, **Back-to-Eco**, es una organización no gubernamental sin ánimo de lucro, creada en 2017, que tiene como objetivo ayudar a aumentar el ciclo de vida del textil, la reutilización y el reciclaje, replicando el equilibrio del mundo natural, donde todo tiene un valor. Así, a través de esta organización se desarrollan y promueven acciones que ayudan a personas, empresas e instituciones en el camino hacia una moda más circular. En concreto, asesoran, realizan formaciones y talleres prácticos, diseñan y confeccionan.

Su compromiso con la sostenibilidad es global, no solo con actuaciones en la dimensión medioambiental, sino también con las otras dimensiones: social y de gobernanza. Así, por ejemplo, su taller está formado actualmente por dos personas contratadas a través de programas de inserción sociolaboral para personas en situación de vulnerabilidad social. Además, de forma habitual, también trabajan con personas especialistas de la Asociación DiomCoop o personal en prácticas de programas de formación de la Fundació Ared y Fundació Formació i Treball. En el taller realizan diferentes actividades: (1) *Reparación*: se reparan tejanos por un precio asequible para todas aquellas personas que así lo necesiten, alargando la vida de las prendas todo lo que



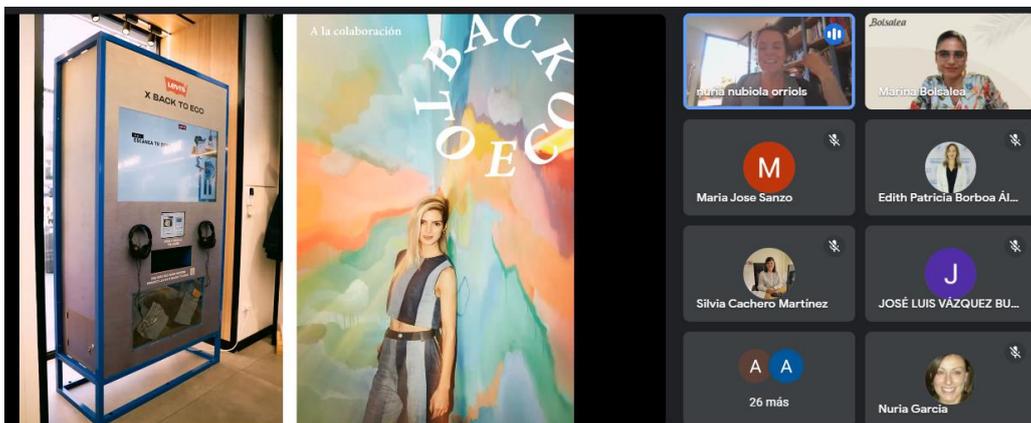
sea posible; (2) *Reconversión de jeans en accesorios* y (3) *Recogida de jeans* y procesamiento de tejados en desuso.

Como evolución del trabajo desarrollado en Back-to-Eco, se crea en 2019 la marca de moda **Infinit Denim**. Ambas organizaciones comparten espacio y objetivos a nivel global, aunque Infinit Denim las realiza con una marca y, producto propio y Back-to-Eco con el fin de apoyar a terceros y a la sociedad en general a avanzar hacia una moda positiva con el planeta. El origen de ambas es el mismo: tratar de buscar nuevas formas de que las personas se conecten con su "yo" más verde. Buscan "salirse del círculo" y encontrar nuevas vías para acercar la sostenibilidad a personas y empresas a través de la colaboración, nuevas formas de diseño, nuevos materiales o nuevas formas de vender y relacionarse con el cliente.

Su proyecto se asienta sobre seis valores claves: (1) *Sostenibilidad* en toda la cadena de valor, desde la producción hasta el consumo y la gestión de residuos; (2) *Innovación*, para encontrar soluciones disruptivas al reto del reciclaje textil; (3) *Responsabilidad*, fomentando la conciencia y las buenas prácticas en toda la cadena de valor; (4) *Colaboración*, creación de un trabajo en red con personas, empresas e instituciones para lograr un impacto positivo; (5) *Inclusión* de diferentes grupos sociales a través de proyectos eco sociales y comunitarios y (6) *Calidad* de los productos y servicios, buscando que sean durables y reparables.

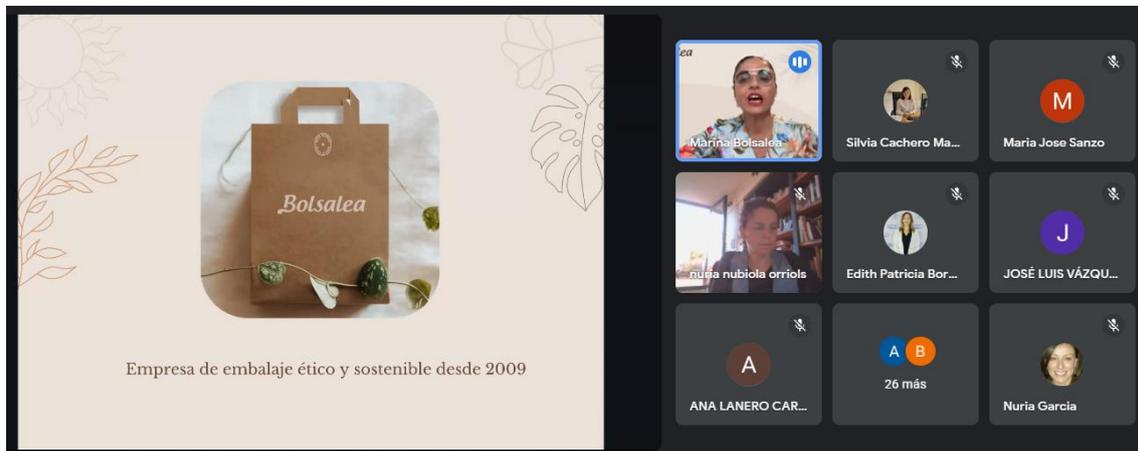
Además, a pesar de tener una dimensión aún reducida, esto no les ha impedido trabajar con grandes marcas, como es el caso de **Levi's®**, con quien ha firmado una alianza para dar una nueva vida a los vaqueros usados de la firma. Con este proyecto, tratan de animar a los consumidores a reciclar los productos denim que ya no utilizan, donándolos a través de distintos puntos de reciclaje ubicados en Levi's® Stores seleccionadas. Por su parte, Back-to-Eco se encarga de reciclar, reutilizar y transformar las prendas y los tejidos para crear nuevos productos que sean de más calidad y que duren más tiempo.

En conclusión, Núria, además de acercarnos hacia su interesante proyecto con el que intenta lograr un impacto positivo en la sociedad, ha transmitido un enorme entusiasmo y pasión por lo que hace.





## Innovación social empresarial: creando impacto positivo



*Marina Moya González*

*CEO en Bolsalea*

Marina Moya, Licenciada en Ciencias de la Información, Publicidad y RRPP por la Universidad CEU Cardenal Herrera, es una emprendedora apasionada con una visión clara: las empresas tienen la responsabilidad de mejorar vidas y el planeta. Su trayectoria incluye varios postgrados en liderazgo, innovación social, marketing digital y creatividad publicitaria. En 2009, cofundó **Bolsalea**, una empresa especializada en embalaje ético y sostenible dirigida a empresas, en un momento en el que la sostenibilidad no era una prioridad.

La misión de Bolsalea era eliminar el plástico de un solo uso al concienciar a las empresas sobre la importancia de adoptar materiales más respetuosos. En consonancia con sus valores, la empresa utiliza materia prima nacional, como papel compostable, algodón orgánico, yute y cáñamo, y realiza la producción de manera ética en Alicante. Parte de sus productos se elabora artesanalmente por personas de colectivos en riesgo de exclusión social o con discapacidad intelectual, contribuyendo así a mejorar su autoestima.

Para reconocer el impacto positivo de las empresas que compran en Bolsalea, la compañía envía un "diploma de impacto positivo", destacando que las bolsas artesanales generan un menor gasto energético y ayudan a descarbonizar a las empresas. Marina recomienda a las empresas considerar varios factores al elegir embalaje, como un ciclo de vida largo, reciclabilidad, huella de carbono reducida, uso de tintas al agua, fabricación con un solo material para facilitar el reciclaje, biodegradabilidad y cumplimiento de condiciones laborales éticas y justas.

Bolsalea fabrica muchos de sus productos bajo pedido para evitar residuos de productos no vendidos y se esfuerza por satisfacer las necesidades de los pequeños comerciantes, ofreciéndoles la opción de hacer pedidos pequeños. La empresa también ha implementado medidas con impacto social, como la atención en lengua de signos, siendo pionera en ofrecer este servicio en línea en España. Además, su página web permite videollamadas con lengua de



signos y la opción de subtítulos, mejorando la accesibilidad para personas sordas.

En el ámbito del diseño web, Bolsalea ha adoptado acciones de innovación social, asegurándose de que sus redes sociales y página web sean accesibles para personas ciegas, daltónicas o con autismo. Consideran el contraste de pantalla, filtros, lectura fácil, frases cortas y evitan elementos que puedan dificultar la comprensión para personas con necesidades específicas.

Finalmente, Marina aboga por el marketing ético, instando a las empresas a que sus productos resuelvan problemas existentes en lugar de generar nuevas necesidades. Propone fijar precios responsables y diseñar páginas web con un menor gasto energético, utilizando fuentes sin carga, menos códigos, vídeos sin autoplay y hosting sostenible. Estas acciones no solo reducen el gasto energético, sino que también contribuyen a un impacto menos negativo en el entorno.

En resumen, la conferencia de Marina Moya destaca la importancia de la sostenibilidad en los negocios, desde la elección de materiales hasta la atención a la diversidad y la promoción de prácticas éticas en el marketing. Bolsalea se presenta como un ejemplo de empresa comprometida con la responsabilidad social y ambiental, demostrando que es posible fusionar el éxito empresarial con la mejora del bienestar social y la protección del medio ambiente.

